

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH *RESPONSIVENESS* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA WARUNG PEMPEK SIKOK NAK DUO PEKANBARU DITINJAU
MENURUT EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariaiah (SE)



OLEH:

Norman Sri Puja Kusuma

NIM. 11625100559

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

1441 H/2020 M

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul *PENGARUH RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG PEMPEK SIKOK NAK DUO PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH*, yang ditulis oleh :

Nama : Norman Sri Puja Kusuma
NIM : 11625100559
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 16 Jumadil-Akhir 1441 H
10 Februari 2019 M

Pembimbing Skripsi


Nur Hasanah, SE, MM
NIP. 19670120 200701 2 018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *PENGARUH RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG PEMPEK SIKOK NAK DUO PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH*, yang ditulis oleh:

Nama : **NORMAN SRI PUJA KUSUMA**

NIM : 11625100559

Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari/Tanggal : **Kamis, 19 Maret 2020**

Waktu : **08.00 WIB**

Tempat : **Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum**

Telah diperbaiki sesuai permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 31 Maret 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. Drs. Heri Sunandar, M.CL

Sekretaris

Yamsurizal, SE. M.Sc, Ak, CA

Penguji I

Dr. Zulkifli, M.Ag

Penguji II

Dr. H. Mawardi, S.Ag., M.Si

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag

NIP. 19580712 198603 1 005

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Norman Sri Puja Kusuma (2016) : “Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”

Penelitian ini dilatarbelakangi berdasarkan fenomena yang ada dimana daya tanggap (*responsiveness*) dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen karena hal tersebut berkaitan langsung dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen, pelayanan yang tanggap akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru dan bagaimana tinjauan Ekonomi Islam tentang *responsiveness* pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru.

Penelitian ini dilakukan pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru yang berlokasi di Jalan Unggas No. 59 Kelurahan Simpang Tiga Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Populasinya sebanyak 16.200 orang diambil dari data tahun 2018. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil berdasarkan rumus *Slovin*, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data melalui Observasi, Wawancara, Angket, dan Dokumentasi. Selanjutnya penulis menganalisa data menggunakan kuantitatif dengan menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Dari hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 12,465 + 0,738X$ artinya bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini juga diuji dengan menggunakan uji t dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} (12,981) > t_{tabel} (1,984)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk uji Koefisien Determinasi (R^2) hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,632. Nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (*responsiveness*) terhadap naik turunnya variabel dependen (kepuasan konsumen) adalah sebesar 63,2% dan sisanya 36,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang diajukan dalam penelitian ini. Pada koefisien korelasi diketahui nilai R sebesar 0,795. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel independen (*responsiveness*) dengan variabel dependen (kepuasan konsumen) memiliki hubungan yang tinggi atau kuat.

Dalam tinjauan Ekonomi Islam, berdasarkan observasi penulis pelayanan *responsiveness* Warung Pempek Sikok Nak Duo telah sesuai dengan syariat islam, melayani dengan profesional, bersungguh-sungguh, melayani dengan ramah serta menjalin hubungan yang baik kepada pelanggannya. Dari praktek yang dijalankan oleh Warung Pempek Sikok Nak Duo maka tidak ada ditemui indikasi yang bertentangan dengan syariat islam.

Keyword : Responsiveness, Kepuasan Konsumen

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan pada kehadiran Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menunaikan amanah dan risalah sehingga kita bisa merasakan nikmatnya Iman, Islam dan Ukhuwah.

Penelitian ini dengan judul “Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah” merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.

Dalam penulisan ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun penulis berusaha untuk mempersembahkan skripsi ini sebaik-baiknya agar dapat memiliki manfaat bagi banyak pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca yang kiranya bermanfaat untuk kesempurnaan penulisan penelitian ini.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua Ayahanda Shodik Hasan Bisri dan Ibunda Sri Yarlina yang telah tulus ikhlas memberikan kasih sayang, doa, perhatian, dukungan moral dan materil yang telah diberikan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

selama ini terimakasih telah meluangkan segenap waktunya untuk mengasuh, mendidik, membimbing dan mengiringi jalan hidup penulis dengan dibarengi alunan doa yang tiada henti agar penulis sukses dalam menggapai cita-cita.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil, sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini, dengan ketulusan hati yang paling dalam, penulis mengucapkan terimakasih yang yang begitu besar kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis.
2. Orangtua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendoakan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun materil serta memberi semangat kepada ananda yakni Ayahanda Shodik Hasan Bisri dan Ibunda Sri Yarlina yang selalu hidup dihati sanubari ini serta saudara kandungku tercinta Afifah Sri Lestari.
3. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, M.Ag selaku Rektor UIN SUSKA Riau dan seluruh civitas akademika UIN SUSKA Riau.
4. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum.
5. Bapak Dr. Heri Sunandar MCL selaku Wakil Dekan I, Bapak Wahidin, M.Ag selaku Wakil Dekan II, dan Bapak H. Magfirah, MA selaku Wakil Dekan III.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Bapak Bambang Hermanto, M.Ag dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc.Ak selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu Dosen dan karyawan maupun karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
7. Ibu Nur Hasanah, SE, MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki, dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin selaku pembimbing akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.
9. Bapak Ibu pengelola perpustakaan UIN SUSKA Riau, serta pengelola Pustaka Wilayah Soeman HS Pekanbaru Riau, terimakasih atas pelayanan dan peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.
10. Kepada pihak Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru yang telah mengizinkan dan membantu meluangkan waktunya dalam pengumpulan data.
11. Kepada kakak Melinda Nur Syafi'i, S.Pd, Hana Junika S.Pd dan Robby Rinaldo, terimakasih atas doa, dukungan, motivasi serta bantuan yang diberikan kepada penulis. Semoga Allah membalas setiap kebaikan dengan kebahagiaan yang tak pernah terduga di dunia maupun di akhirat kelak.
12. Kepada abang dan kakak senior yang selalu memberi motivasi, bantuan dan ilmu mereka yang tiada henti.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

13. Teman-teman seperjuangan MAN 2 Model Pekanbaru. Terimakasih telah memberikan dukungan dan semangatnya kepada penulis.

14. Teman-teman KKN Desa Sialang Sakti, Adli, M. Wahyu Pratama, Muhammad Ilfandi, Edwi Yurita Syahara, Syarifah Azareha, Nada Zei Monalisa, Wina Fitaloka, Rika Riadiani, Liza Fizlina dan Ira Safitri. Terimakasih atas dorongan semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.

15. Teman-teman seperjuangan “Ekonomi Syariah D Angkatan 2016” serta teman-teman lain yang banyak membantu penulis dalam penyusunan dan pengumpulan data skripsi ini dan juga yang tidak henti-hentinya memberi motivasi, serta moril maupun materil.

Butuh lembar yang lebih luas untuk bejuta nama yang tidak tertuliskan, bukan maksud hati untuk melupakan jasa kalian semua. Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terimakasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balasan yang belipat ganda, aamiin.

Wabillahitaufiq Walhidayah Wassalaamu 'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru,

Penulis

Norman Sri Puja Kusuma
Nim. 11625100559

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
E. Metode Penelitian.....	11
F. Teknik Analisis Data	15
G. Model Penelitian.....	20
H. Hipotesis	20
I. Variabel	21
J. Penelitian Terdahulu.....	22
K. Sistematika Penulisan.....	23
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	26
A. Profil Perusahaan.....	26
B. Visi dan Misi Perusahaan	27
C. Struktur Organisasi	27
D. Uraian Tugas Warung Pempek Sikok Nak Duo	30
BAB III LANDASAN TEORI	32
A. Kualitas Pelayanan	32
B. <i>Responsiveness</i>	36
C. Kepuasan Konsumen	42
D. Hubungan <i>Responsiveness</i> Dengan Kepuasan Konsumen	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru.....	53
B. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang <i>Responsiveness</i> Pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru.....	77
BAB V KESIMPULAN & SARAN	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

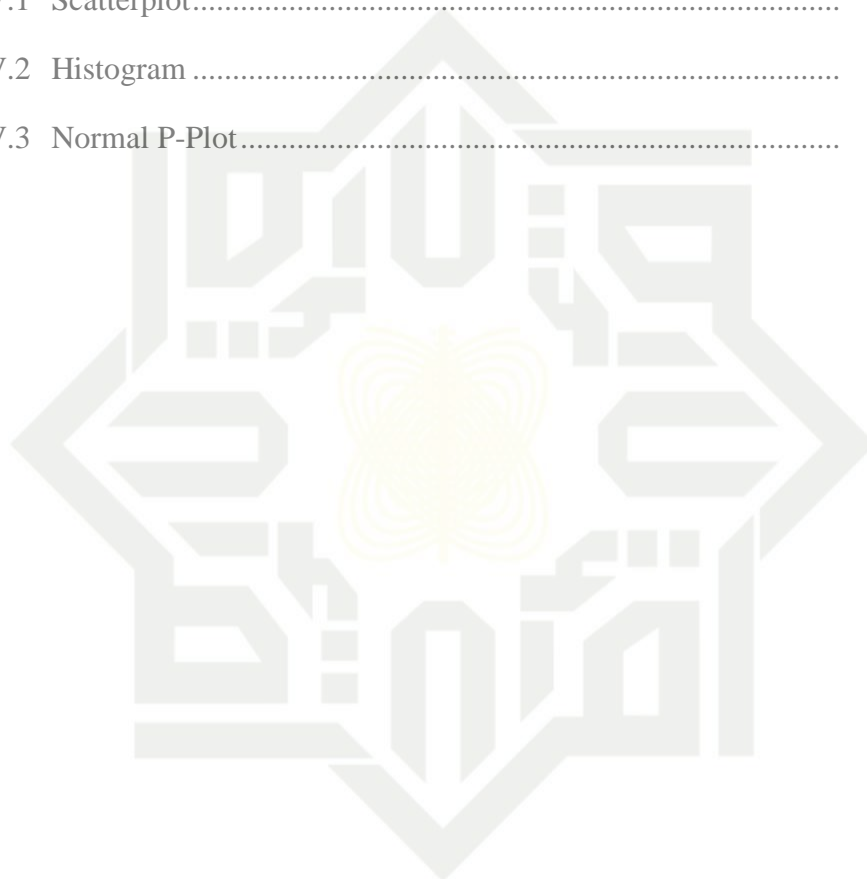
DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Fluktuasi Jumlah Pelanggan Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru pada tahun 2014-2018	7
Tabel I.2	Interval Nilai Koefisien Korelasi	20
Tabel I.3	Definisi Operasional Variabel	21
Tabel I.4	Penelitian Terdahulu	22
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel IV.4	Deskriptif Statistik	56
Tabel IV.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Responsiveness	57
Tabel IV.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	62
Tabel IV.7	Hasil Uji Validasi	66
Tabel IV.8	Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel IV.9	Hasil Uji Autokorelasi	69
Tabel IV.10	Hasil Uji Regresi Sederhana	73
Tabel IV.11	Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)	75
Tabel IV.12	Koefisien Determinasi	76

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Kerangka Pemikiran Penelitian	20
Gambar II.1	Struktur Organisasi Warung Pempek Sikok Nak Duo	29
Gambar IV.1	Scatterplot.....	70
Gambar IV.2	Histogram	71
Gambar IV.3	Normal P-Plot.....	72



UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan liberalisasi perdagangan, kunci untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan adalah kualitas. Hanya perusahaan yang mampu menghasilkan barang atau jasa yang berkualitas kelas dunia yang dapat memenangkan persaingan global.¹

Setiap perusahaan hidup dari pelanggan. Karena itu pelanggan merupakan satu-satunya alasan keberadaan sebuah perusahaan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas setiap perusahaan. Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Persaingan yang semakin ketat, menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk, berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik

¹ Fandy Tciptono, *Strategi Bisnis, Ed. 2*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hal. 19

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepadanya.² Persaingan sebenarnya dapat dihadapi dengan pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen, yaitu dengan memberikan pelayanan yang bermutu lebih tinggi dibandingkan dengan mutu pelayanan yang diharapkan konsumen/pelanggan secara konsisten dan terus menerus.³

Pada hakikatnya, setiap manusia adalah pelaku konsumsi (konsumen), karena setiap manusia mempunyai kebutuhan dan hasrat untuk memenuhi kebutuhan. Konsumen itu sendiri ialah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁴

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.⁵ Konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang menerima nilai tambah yang lebih dari perusahaan. Memuaskan konsumen tidak hanya berarti memberikan tambahan produk atau jasa, pelayanan ataupun sistem. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggan tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

² Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineka Cipata, 2001), hal. 93

³ *Ibid.*, hal. 103

⁴ Direktorat Perlindungan Konsumen Republik Indonesia, UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁵ Philip Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-12*, (Jakarta: Indeks, 2007), hal. 177

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Membangun kepuasan pelanggan tidak dapat diraih begitu saja, tetapi memerlukan proses panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen guna meyakinkan konsumen untuk setia pada produk atau jasa yang kita tawarkan. Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan dalam mencapai kualitas pelayanan yang optimal, orientasi dunia pemasaran (marketing) telah mengalami perubahan dari *produk oriented* kepada *customer satisfied oriented*.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan⁶ yaitu:

1. Kualitas Produk, konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya
2. Kualitas Pelayanan, konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional, konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.
4. Harga Produk, yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

⁶ Lupiyoadi Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 127

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Biaya Konsumen, yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Pelayanan dikatakan berkualitas jika terpenuhi harapan konsumen berdasarkan kinerja aktual pelayan.

Ada lima penentu kualitas pelayanan secara berurutan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya ialah:⁷

1. Reliabilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Responsiveness, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.
4. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

⁷ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), hal. 68

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salah satu penentu kualitas pelayanan adalah *responsiveness*. Secara umum *responsiveness* didefinisikan sebagai keinginan untuk membantu (*willingness to help*), bagaimana memberikan layanan yang cepat dan menangani masalah atau komplain dengan baik. *Responsiveness* yaitu kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi: kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan atau konsumen.⁸

Menurut Pasuraman yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi dan Hamdani menyatakan daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.⁹ Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Sebuah istilah lain yang sering kita dengar adalah tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. Sebagaimana sifat manusia yang pada umumnya senang apabila diperhatikan, dilayani dengan cepat dan dibantu pada saat mengalami masalah.

Konsep Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik harus memberikan pelayanan yang baik, jangan memberikan pelayanan yang buruk kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267 :

⁸ [Http://ardinursodik.blogspot.com/2010/04/hubungan-responsiveness-daya-tanggap.html](http://ardinursodik.blogspot.com/2010/04/hubungan-responsiveness-daya-tanggap.html).
Di akses pada 1 November 2019.

⁹ Lupiyoadi Rambat dan Hamdani, *Op.Cit.*, hal.148

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِؤَادٍ أَخِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ٢٦٧

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.¹⁰

Baik Alqur'an maupun hadits memberikan pedoman tertentu dalam masalah tata krama untuk kebaikan perilaku dalam masalah bisnis. Seorang pelaku bisnis di haruskan untuk berperilaku bisnis mereka sesuai dengan yang dianjurkan Al-qur'an dan sunnah. Sopan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku, dan juga merupakan dasar-dasar jiwa melayani dalam bisnis.

Sikap melayani merupakan salah satu prinsip bisnis yang Islami, Rasulullah SAW mengatakan “Saidul Kaunkalimuhun” yang artinya pengurus atau pengusaha itu adalah pelayan bagi pelanggannya. Karena itu, sikap murah hati, ramah, dan sikap melayani mestilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan yang bekerja.¹¹

Salah satu kegiatan ekonomi yang bergerak dibidang pelayanan di Pekanbaru adalah warung pempek sikok nak duo yang beralamatkan di Jalan Unggas No. 59 Kelurahan Simpang Tiga Kecamatan Bukit Raya Kota

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2009), hal. 45

¹¹ Endang Soetari, *Ilmu Hadits Diriwayah dan Diriyah*, (Bandung: Mimbar Pustaka, 2000), hal. 140

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru. Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru merupakan salah satu gerai yang bergerak di bidang kuliner pempek, yang sudah berdiri sejak tahun 2002. Warung ini menyediakan aneka macam pempek, tekwan dan kerupuk kemplang serta aneka minuman seperti, es kacang merah, es campur, es teler, dan aneka jus lainnya. Dengan harga terjangkau, pas untuk kantong masyarakat dan mahasiswa yang ingin mencicipi kuliner khas Kota Palembang di Pekanbaru.

Untuk dapat melihat sejauhmana pihak Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru dalam melakukan pelayanan yang baik untuk menarik minat konsumen dilihat dari perkembangannya pada periode 2014-2018 pada tabel berikut ini:

Tabel I.1
Fluktuasi Jumlah Pelanggan Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru pada tahun 2014-2018

No	Tahun	Jumlah Pelanggan	Persentase Perubahan
1	2014	8.072	-
2	2015	12.490	0,54 %
3	2016	14.800	0,18 %
4	2017	10.382	-0,29 %
5	2018	16.200	0,56 %

Sumber: Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru Tahun 2019

Dari tabel 1.1 diatas secara umum bisa dilihat selama 5 tahun terakhir terdapat fluktuasi jumlah pelanggan pada warung pempek sikok nak duo Pekanbaru, dengan presentase perubahan pada tahun 2015 meningkat sebesar 0,54 %. Dan pada tahun 2016 meningkat lagi sebesar 0,18 %. Ditahun berikutnya jumlah pelanggan mengalami penurunan sebesar 0,29 %, pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tahun 2018 jumlah pelanggan meningkat sebesar 0,56 %. Ini menunjukkan bahwa warung tersebut memiliki sisi kuantitatif yang cukup baik. Namun dari sisi kualitatifnya bukan berarti pihak warung pempek sikok nak duo telah memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya.

Dalam menjaga pelanggannya, warung pempek sikok nak duo dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan dan harapan agar tercipta kepuasan bagi konsumennya. Dengan demikian kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak warung pempek sikok nak duo akan dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya.

Berdasarkan observasi penulis, bahwa pihak warung pempek sikok nak duo Pekanbaru telah memberikan pelayanan yang baik berupa produk pempek yang berkualitas, yang memiliki cita rasa khas Kota Palembang. Dari hasil pengamatan yang dilakukan permasalahan yang penulis jumpai di lapangan adalah ketika sedang ramai pelanggan pihak warung pempek sikok nak duo sering kewalahan dalam melayani konsumen, beberapa konsumen kehabisan air mineral karena kurangnya control dari pihak pelayanan. Dan juga adanya keluhan dari pelanggan dikarenakan pelayan yang kurang cekatan (*responsive*) dalam menanggapi konsumen yang ingin menambah pesanan. Seperti yang dijelaskan oleh salah satu konsumen yang mengatakan bahwa dia pernah memesan air hangat kepada pelayan, namun pelayan tidak langsung menanggapi, bahkan sampai memanggil berulang kali untuk bilang pesannya belum sampai.¹²

¹² Fitriyati, (konsumen), *Wawancara*. Pekanbaru, 31 Oktober 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bertitik tolak dari latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “ **Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru, Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah** ”.

B. Batasan Masalah

Agar pembahasan pada penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih mudah dipahami, maka penulis membatasi tulisan ini tentang pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru?
2. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam tentang *responsiveness* pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Untuk mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Syariah mengenai pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan penulis tentang *responsiveness* dan kepuasan konsumen.
- b. Sebagai bahan kajian, rujukan dan perbandingan sekaligus menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Islam.
- c. Digunakan sebagai pengajuan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Metode penelitian**1. Lokasi Penelitian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Warung Pempek Sikok Nak Duo, Jalan Unggas No. 59 Kelurahan Simpang Tiga Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, Provinsi Riau.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah para konsumen dan Pemilik Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹³

Sedangkan sampel adalah sebagian anggota populasi yang memberikan keterangan atau data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah himpunan bagian dari populasi. Sampel (disimbolkan dengan n) selalu mempunyai ukuran yang kecil atau sangat kecil jika dibandingkan dengan ukuran populasi.¹⁴

Populasi penelitian ini adalah konsumen Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru pada tahun 2018 berjumlah 16.200 orang.

¹³ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hal. 33

¹⁴ M. Toha Anggoro, dkk., *Metode Penelitian*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2008), Cet.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk menentukan ukuran sampel, penulis menggunakan Rumus

Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Besar Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (10%).

Maka banyaknya sampel untuk subjek ini ialah:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

$$n = \frac{16.200}{1 + 16.200 (0,1)^2}$$

$$n = 99,38$$

$n = 99$ dibulatkan menjadi 100

Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Artinya teknik memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai,¹⁵ yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data.

¹⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2008), hal. 174

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya secara langsung dari tempat penelitian.¹⁶ Dalam penelitian ini data primer bersumber dari konsumen dan Pemilik Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang sudah tersedia sehingga tinggal mencari dan mengumpulkannya,¹⁷ dapat diperoleh dari buku-buku, dan data-data atau sesuatu yang dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan ini, maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut :

¹⁶ Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), Ed. Ke-2, Cet. Ke-3, hal. 33

¹⁷ Jonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), hal. 11

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengamatan (observasi), yaitu cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.¹⁸
- b. Wawancara, yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu.¹⁹
- c. Kuisioner atau angket, yaitu serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian diberikan kepada responden untuk diisi. Setelah diisi, angket diberikan kembali ke peneliti.²⁰
- d. Dokumentasi, yaitu cara mengumpulkan data dengan mempelajari dan mencatat bagian-bagian yang dianggap penting dari berbagai risalah resmi yang terdapat baik dari lokasi penelitian maupun di instansi lain yang ada pengaruhnya dengan lokasi penelitian.²¹

6. Metode Penulisan

Dalam penulisan ini, digunakan metode-metode penelitian yang terdiri dari :

- a. Deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari yang bersifat umum kepada yang bersifat khusus. Maksudnya adalah dari sebuah judul kemudian diambil dari beberapa permasalahan dan dijadikan beberapa bab.

¹⁸ Moh. Pabundu Tika, *Op.Cit.*, hal. 58

¹⁹ Muhammad., *Op.Cit.*, hal. 102

²⁰ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2008), Ed. 1, Cet. 3, hal. 123

²¹ Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Cet. 5, hal. 72

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Deskriptif, yaitu mengumpulkan data dan keterangan kemudian dianalisa hingga disusun sebagaimana yang dikehendaki dalam penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah korelasi kuantitatif, dimana penelitian korelasi bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan itu.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Instrument Penelitian**a. Uji Validasi**

Uji validasi adalah suatu yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kelebihan suatu instrumen, suatu instrumen yang baik mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat kevaliditasannya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur/diinginkan. Adapun rumus yang dipakai yaitu *Korelasi Pearson Produk Moment* :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y

N = Jumlah subjek

x = Jumlah skor x

y = Jumlah skor y

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah dianggap baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Reliable artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang pun hasilnya tetap sama. Uji reliabilitas ini menggunakan *Cronbach's Alpha*.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator linier yang baik. Agar dalam analisis regresi diperoleh model regresi yang bisa dipertanggung jawabkan.

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan eliminitor linier yang baik adalah :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu (*data time series*) maupun tersusun dalam rangkaian ruang yang disebut (*cross sectional*). Salah satu pengujian yang umum digunakan untuk menguji adanya autokorelasi adalah uji statistik Durbin Watson. Uji ini dihitung berdasar jumlah selisih kuadrat nilai-nilai faktor-faktor pengganggu.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak heteroskedastisitas.²²

c. Uji Normalitas Data

Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik. Normalitas suatu data penting karena data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dapat mewakili suatu populasi. Uji normalitas data dapat dilihat dari grafik histogram, jika

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 172

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

grafik histogram membentuk gunung atau lonceng, maka dapat dikatakan data tersebut terdistribusi dengan normal.

3. Uji Hipotesis Penelitian

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik sebagai berikut :

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana adalah regresi linier di mana variabel yang terlibat di dalamnya hanya dua, yaitu satu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X.²³ analisis ini dimaksudkan untuk menguji data tentang pengaruh antar variabel bebas (X) yaitu *responsiveness*, dengan variabel terikat (Y) yaitu kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, menggunakan rumus :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = *Responsiveness*

b. Uji Parsial (Uji-t)

²³ Iqbal Hasan, *Op.Cit.*, hal. 63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji t Statistik digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara individual (parsial) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi dibawah 0,05 (5%) maka secara individual (parsial) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.²⁴ Untuk pengujian dalam penelitian ini digunakan program SPSS.

c. Koefisien Determinasi (R^2) dan Korelasi

Koefisien determinasi merupakan pengkuadratan koefisien korelasi, yang mana bila semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikat.²⁵ Sedangkan koefisien korelasi sendiri adalah untuk mengetahui hubungan dan arah hubungan pada variabel jika data berbentuk skala interval atau rasio.²⁶

Tabel I.2
Interval Nilai Koefisien Korelasi

²⁴ Dwi Priyanto, *5 Jam Belajar Olah Data dan SPSS17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), hal. 136-137

²⁵ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan, Teori & Aplikasi Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2011), hal. 39

²⁶ Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hal. 43

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Interval Nilai	Kekuatan Hubungan
1	$KK - 0,0$	Tidak ada
2	$0,00 < KK \leq 0,199$	Sangat rendah atau lemah sekali
3	$0,20 < KK \leq 0,399$	Rendah atau lemah tapi pasti
4	$0,40 < KK \leq 0,599$	Cukup berarti atau sedang
5	$0,60 < KK \leq 0,799$	Tinggi atau kuat
6	$0,80 < KK \leq 1,000$	Sangat tinggi atau kuat sekali
7	$KK - 1,00$	Sempurna

G. Model Penelitian

Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar I.1
Kerangka Pemikiran Penelitian

**H. Hipotesis**

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang masih bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris.²⁷ Berdasarkan pada kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

²⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), Cet. Ke-5, h. 31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H_a = Diduga *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru.

1. Variabel

Variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	<i>Responsiveness</i> / Daya Tanggap (X)	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) menurut Pasuraman, adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (<i>responsif</i>) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. ²⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pelayanan dengan cepat. 2. Melakukan pelayanan dengan tepat. 3. Penyampaian informasi yang jelas. 4. Penanganan keluhan pelanggan.²⁹
2	Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut Kotler, kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. ³⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan. 2. Minat berkunjung kembali. 3. Kesiediaan merekomendasikan.³¹

²⁸ Lupiyoadi Rambat dan Hamdani, *Loc.Cit.*

²⁹ Fandy Tjiptono dan Gregorious Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), hal. 232

³⁰ Philip Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Loc.Cit.*

³¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2004), Edisi Kedua, hal. 101

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian Terdahulu

Tabel I.4
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Oecha Veronika (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Griya iB Hasanah Di Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah Cabang Pekanbaru.	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 76,8% dan terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan dengan nilai korelasi 0,876. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah griya iB sudah sesuai dengan syariah Islam.
2	Maha Rizha	Pengaruh empathy dan responsiveness terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Fama Internasional Bandung.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa empathy mempengaruhi kepuasan nasabah 52,1%, sedangkan responsiveness mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 83,9%. Jadi kepuasan nasabah pada PT. Bank Fama Internasional dipengaruhi oleh empathy dan responsiveness sebesar 86,7%.
3	Muhammad Hasyim Al Rasid (2018)	Pengaruh TERRA (<i>tangibles, empathy, responsiveness, reliability, assurance</i>) terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Margonda Depok.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>tangibles, empathy, responsiveness, reliability, assurance</i> memiliki pengaruh paling besar terhadap nasabah.
4	Ratnah dan Muljadi (2018)	Pengaruh tangible dan responsiveness terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor pada	Hasil dari penelitian ini adalah tangible dan responsiveness secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		layanan samsat keliling Balaraja Kabupaten Tangerang Banten.	wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Keliling Balaraja.
5	Cahyo Setiawan (2018)	Hubungan daya tanggap (responsiveness) pelayanan fisioterapi dengan tingkat kepuasan pasien peserta jaminan kesehatan nasional di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Jatinom Klaten.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat kepuasan pasien peserta jaminan kesehatan nasional di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Jatinom Klaten berada dalam kategori puas sebesar (91,4%).

K. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah para pembaca dalam memahami penelitian ini, maka penulis mengklasifikasikan penelitian dalam lima bab yang terdiri dari sub bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I**PENDAHULUAN**

Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II**GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Menggambarkan tentang profil lokasi penelitian, mulai dari sejarah serta visi dan misi dan struktur organisasi.

BAB III**TINJAUAN TEORITIS**

Merupakan bab dari landasan teori yang berisikan tentang teori yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini. Diantaranya terdiri dari pengertian

responsiveness, kepuasan konsumen, dan tinjauannya menurut ekonomi Islam.

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

Pada bab ini disampaikan hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri analisis regresi linier sederhana *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan dan tinjauan ekonomi Islam terhadap responsiveness Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup, dimana dalam bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Profil Perusahaan

Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru merupakan salah satu gerai yang bergerak di bidang kuliner pempek, yang beralamatkan di Jalan Unggas No. 59 Kelurahan Simpang Tiga Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Warung Pempek Sikok Nak Duo ini sudah berdiri sejak tahun 2002. Awal berdirinya usaha ini pertamakali dirintis oleh Bapak Ahmad Hamidi beserta istrinya Ibuk Tatik dengan menggunakan gerobak yang berjualan di depan Polsek Bukit Raya Pekanbaru. Bapak Hamidi berjualan setiap hari mulai setelah waktu ashar hingga jam 9 malam, selama kurang lebih 4 tahun lamanya. Pada tahun 2006, Bapak Hamidi mulai berjualan, dengan mendirikan pondok rumbia di Jalan Unggas tepatnya sebelah kiri setelah simpang 4 Polsek Bukit Raya. Kemudian pada tahun 2010 Bapak Hamidi menyewa sebuah kios tepat disebelah pondok rumbia tempat ia berjualan dahulu untuk memfasilitasi pengunjung yang semakin hari semakin ramai dikunjungi.³²

Warung ini menyediakan aneka macam pempek, tekwan dan kerupuk kemplang serta aneka minuman seperti, es kacang merah, es campur, es teler, dan aneka jus lainnya. Warung ini memiliki 10 orang karyawan yang terdiri dari 4 orang karyawan bagian prouksi/dapur, dan 6 orang karyawan bagian

³² Ahmad Hamidi, Pemilik Warung Pempek Sikok Nak Duo, *Wawancara*, Pekanbaru 30 Desember 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelayanan. Warung Pempek Sikok Nak Duo buka setiap hari mulai pukul 08.00 pagi dan tutup pukul 21.00 malam, dan warung ini juga dilengkapi dengan fasilitas seperti musala dan toilet yang dapat digunakan oleh para pelanggan.

Warung Pempek Sikok Nak Duo ini semakin dikenal oleh masyarakat Pekanbaru dan selalu ramai dikunjungi terutama disore hari dan diwaktu libur akhir pekan. Selain karena lokasinya yang strategis, kualitas pempeknya yang enak membuat Warung Pempek Sikok Nak Duo ini ramai dikunjungi dan menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat sekitar kota Pekanbaru untuk mencicipi kuliner khas Kota Palembang ini.

B. Visi dan Misi Perusahaan

Visi : “Menjadi usaha makanan yang dikenal dengan kualitas dan kuantitas yang unggul dalam segala bidang, serta membangun relasi yang baik kepada pelanggan”.

Misi :

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan.
2. Meningkatkan pelayanan dan menjalin hubungan yang baik kepada pelanggan.

C. Struktur Organisasi Perusahaan

Organisasi merupakan salah satu bentuk dari manajemen di mana tanpa organisasi maka tujuan dari perusahaan tidak akan mungkin tercapai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebab semakin besar perusahaan maka semakin kompleks permasalahan yang dihadapi. Untuk merealisasi tujuan perusahaan perlu adanya kerjasama antar sesama anggota atau sesama organisasi perusahaan yang bersangkutan.

Dalam hal ini sangat dibutuhkan suatu struktur organisasi yang akan membentuk pola kerja yang secara bersama-sama dapat merealisasikan apa yang menjadi tujuan utama dari perusahaan tersebut. Tanpa adanya struktur organisasi yang tepat maka tujuan perusahaan akan sulit tercapai. Suatu struktur organisasi akan memberikan suatu batasan yang tegas dan jelas kepada siapa harus diserahkan pelaksanaan pekerjaan yang telah dipercayakan dan nantinya akan dapat dipertanggungjawabkan, maka di sinilah peranan organisasi sangat penting.

Organisasi juga merupakan salah satu alat manajemen untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh sebab itu organisasi harus dirancang dengan sebaik mungkin, dengan mendapat dukungan dari semua pihak, sehingga tercipta koordinasi kerjasama yang baik antara sesama dalam menyelesaikan tugas-tugas serta pekerjaannya. Sebuah struktur organisasi harus memiliki sifat yang fleksibel efektif dan efisien sesuai dengan keperluan organisasi tersebut. Bentuk bagan organisasi sangat menentukan manajemen dalam melaksanakan tugasnya, mengendalikan dan mengarahkan agar tetap pada garis tujuan yang telah direncanakan.³³

Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru ini menggunakan struktur organisasi garis, dalam hal ini wewenang berjalan menurut garis lurus.

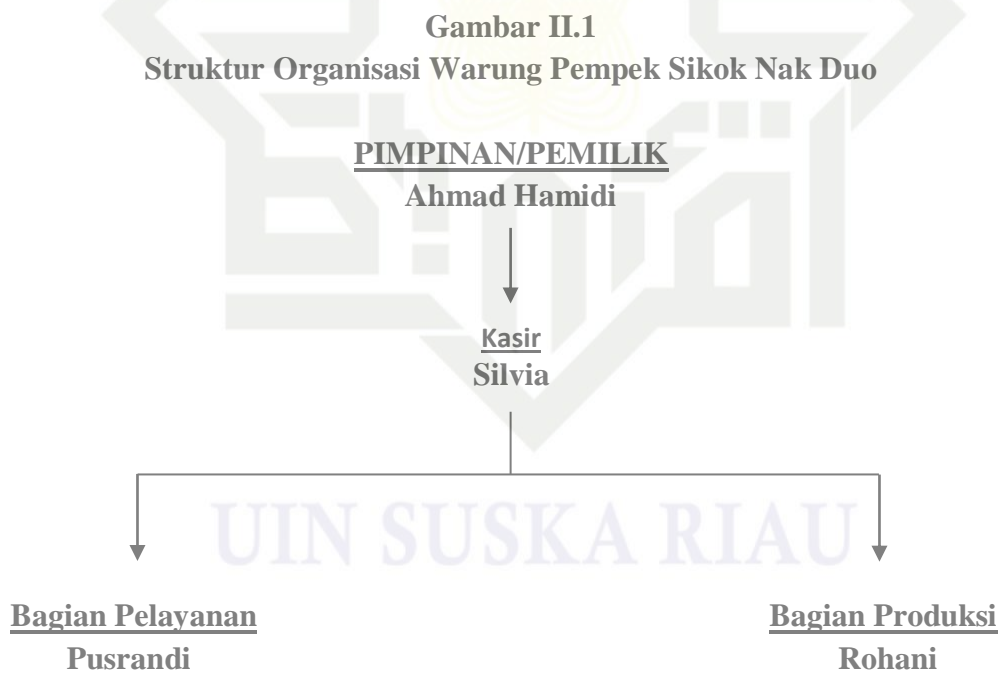
³³ Nur Sakinah, *Pengaruh Product Desain Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kaos Dakwah Hemdag Jalan Buluh Cina Panam Menurut Ekonomi Syariah*, (Skripsi Ekonomi Syariah UIN SUSKA RIAU, 2019), hal. 30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Struktur organisasi ini menunjukkan bahwa pimpinan perusahaan tertinggi merupakan pengambilan keputusan utama dan menetapkan kebijaksanaan-kebijaksanaan yang harus dipatuhi oleh semua anggota perusahaan.

Bagan organisasi adalah suatu gambar struktur organisasi yang formal, di mana dalam gambar tersebut ada garis-garis (instruksi dan koordinasi) yang menunjukkan kewenangan dan hubungan komunikasi formal, yang tersusun secara hirarkis. Adapun struktur organisasi pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru dapat dilihat melalui gambar berikut ini :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Uraian Tugas Warung Pempek Sikok Nak Duo

Adapun uraian tugas tenaga kerja Warung Pempek Sikok Nak Duo dapat disusun menurut bidang dan tugasnya masing-masing, yaitu sebagai berikut :³⁴

1. Pimpinan / Pemilik
 - a. Bertanggung jawab atas semua kebijaksanaan usaha, semua keputusan yang menyangkut kepentingan perusahaan usaha harus mendapat persetujuan pimpinan.
 - b. Menetapkan kebijakan mutu dan sasaran mutu
 - c. Menjadi pendorong, pemrakarsa dan pimpinan penerapan agar kebijakan dan sasaran mutu tercapai.
2. Kasir
 - a. Bertugas dalam melayani transaksi pembayaran.
3. Bagian Produksi / Dapur
 - a. Bertanggung jawab atas proses produksi menu makanan dan minuman dari sistem pemrosesan hingga menjadi produk jadi.
 - b. Bertanggung jawab atas persiapan produksi.
 - c. Bertanggung jawab dalam mencuci dan membersihkan setiap perlengkapan makan yang sudah digunakan oleh pelanggan.
 - d. Bertanggung jawab mengontrol dan memastikan mutu produk telah memenuhi persyaratan sebelum diberikan kepada konsumen.

³⁴ Silvia, Kasir Warung Pempek Sikok Nak Duo, *Wawancara*, Pekanbaru 30 Desember 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Bagian Pelayanan

- a. Betugas dalam mencatat, melayani, dan mengantarkan pemesanan pelanggan.
- b. Membantu pelanggan terkait pesanan, dan keluhan pelanggan.
- c. Membersihkan dan merapikan meja yang telah digunakan oleh pelanggan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Menurut Kotler yang dikutip oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.³⁵

Menurut Pasuraman yang dikutip oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.³⁶ Lebih lanjut, Tjiptono menjelaskan bahwa apabila pelayanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang

³⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hal. 99

³⁶ *Ibid.*, hal. 100

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.³⁷ Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Pasuraman mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu :³⁸

- a. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.
- c. *Assurance* (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

³⁷ *Ibid.*,

³⁸ *Ibid.*, hal. 100-101

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. *Emphaty* (empati), yang meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.
- e. *Tangibles* (produk-produk fisik), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa.

3. Model Kualitas Pelayanan

Pasuraman mengidentifikasi lima gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa. Kelima gap tersebut adalah :³⁹

- a. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen, yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penilaian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.
- b. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain, karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi

³⁹ *Ibid.*, hal. 101-103

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.

- c. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*). Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor berikut :
 - 1) Ambiguitas pesan, yaitu sejauh mana pegawai dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer dan tetap bisa memuaskan pelanggan.
 - 2) Konflik pesan, yaitu sejauh mana pegawai meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak.
 - 3) Kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakannya.
 - 4) Kesesuaian teknologi yang digunakan pegawainya.
 - 5) Sistem pengendalian dari atasan, yaitu tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan.
 - 6) Kontrol yang dirasakan (*perceived control*), yaitu sejauh mana pegawai merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan.
 - 7) Kerja tim (*team work*), yaitu sejauh mana pegawai dan manajemen merumuskan tujuan untuk memuaskan pelanggan secara bersama-sama.
- d. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Ekspektasi pelanggan atas kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan mengenai komunikasi pemasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kesenjangan ini terjadi karena, tidak memadainya komunikasi horizontal, dan adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan.

- e. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan, yaitu adanya perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun, bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

B. Responsiveness (daya tanggap)**1. Pengertian Responsiveness**

Menurut Pasuraman yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi dan Hamdani menyatakan daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.⁴⁰

Definisi daya tanggap (*responsiveness*) menurut Tjiptono, yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.⁴¹ Tanggap disini dapat diartikan bagaimana bentuk respon perusahaan terhadap segala hal-hal yang berhubungan dengan konsumen. Respon yang dimaksud adalah sebaik-

⁴⁰ Lupiyoadi Rambat dan Hamdani, *Loc.Cit.*

⁴¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), Edisi Ke 3, hal. 26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baiknya cara perusahaan dalam menerima apakah itu permintaan, keluhan, saran, kritik, komplain, dan sebagainya atas produk atau bahkan pelayanan yang diterima oleh konsumen.

Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan, dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif. Kegiatan melayani konsumen dengan sebaik-baiknya dalam sebuah organisasi atau perusahaan, tapi lebih kepada bagaimana cara perusahaan menanggapi konsumen dalam bentuk apapun.

Ketika perusahaan menanggapi keluhan, saran atau permintaan yang dilayangkan konsumen dengan segera dan sebaik-baiknya maka respon positif juga akan ditunjukkan konsumen terhadap perusahaan. Dan *feedback* yang didapat perusahaan dapat dirasakan ketika konsumen tersebut apakah mengkonsumsi produknya kembali atau bahkan banyak konsumen baru yang bisa jadi mendapatkan rekomendasi dari konsumen yang pernah menggunakan produk tersebut sebelumnya.

Disini perusahaan dituntut untuk harus mengerti keinginan konsumen sebaik-baiknya, atau bahkan ketika ada konsumen yang kurang mengerti dengan prosedur yang diterapkan oleh perusahaan maka pihak yang memberikan pelayanan tersebut harus memberikan pengertian sebaik mungkin sehingga konsumen dapat mengerti dan memaklumi atas segala peraturan atau prosedur yang diterapkan perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Suatu perusahaan harus menyadari betapa vitalnya kualitas pelayanan dengan daya tanggap yang baik terhadap konsumen, karena dengan bentuk daya tanggap yang sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen itu sendiri merasa bahwa ia dihargai dan dimengerti oleh perusahaan. Apabila pelayanan daya tanggap diberikan dengan baik atas penjelasan yang bijaksana, penjelasan yang mendetail, penjelasan yang membina, penjelasan yang mengarahkan dan yang bersifat membujuk, apabila hal tersebut secara jelas dimengeti oleh individu yang mendapat pelayanan, maka secara langsung pelayanan daya tanggap dianggap berhasil, dan ini menjadi suatu bentuk keberhasilan prestasi kerja.

2. Dimensi Daya Tanggap

Tjiptono dan Gregorious mengungkapkan dimensi penilaian indikator daya tanggap yakni sebagai berikut :⁴²

- a. Memberikan layanan dengan segera/cepat kepada pelanggan.
- b. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.
- c. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa.
- d. Ketersediaan untuk membantu pelanggan.

Daya tanggap dalam suatu perusahaan harus benar-benar diperhatikan sehingga konsumen merasa begitu dihargai oleh perusahaan karena apabila konsumen sudah merasa nyaman dengan suatu pelayanan maka harga pun tidak begitu dipermasalahkan.

⁴² Fandy Tjiptono dan Gregorious Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), hal. 232

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) dalam Pandangan Islam

Responsiveness (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seseorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan yang dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya.

Islam mengarahkan umatnya agar memiliki etos kerja yang tinggi dan mengarah pada profesionalisme. Sifat profesionalisme digambarkan dalam QS. Az-Zumar ayat 39 :

فَلْيَقُومُوا أَعْمَلُوا عَلَىٰ مَكَانَتِكُمْ إِنِّي عَمِلْتُ فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ ٣٩

Artinya : “Wahai kaumku, bekerjalah sesuai dengan keadaanmu, sesungguhnya aku akan bekerja (pula), maka kelak kamu akan mengetahui”⁴³.

Perusahaan yang profesional senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, dan bersungguh-sungguh dalam memberikan pelayanan terbaik. Allah SWT memerintahkan kepada

⁴³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2009), hal. 462

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

setiap muslim untuk tertib dalam setiap urusannya, serta memiliki daya tanggap dan bersungguh-sungguh dalam setiap aktifitasnya, sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Insyirah ayat 7 yang berbunyi :

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ٧

Artinya : *“Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah berkerja keras (untuk urusan yang lain).”*⁴⁴

Selain itu menurut Diana, setiap muslim juga diperintahkan untuk memberikan pelayanan yang ramah dalam transaksi muamalah.⁴⁵ Sebagaimana sabda Rasulullah SAW :

حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عَيَّاشٍ حَدَّثَنَا أَبُو غَسَّانَ مُحَمَّدُ بْنُ مُطَرِّفٍ قَالَ حَدَّثَنِي مُحَمَّدُ بْنُ الْمُنْكَدِرِ عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى

Artinya : *“Telah menceritakan kepada kami 'Ali bin 'Ayyasy telah menceritakan kepada kami Abu Ghossan Muhammad bin Muthorrif berkata, telah menceritakan kepada saya Muhammad bin Al Munkadir dari Jabir bin 'Abdullah radliallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: “Allah merahmati orang yang memudahkan ketika menjual dan ketika membeli dan juga orang yang meminta haknya”. (HR. Bukhari, No. 1934)*

Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW :

⁴⁴ Ibid., hal. 596

⁴⁵ Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hal. 187

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

عَنْ عَائِشَةَ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنْ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقَهُ

Artinya : “Dari Aisyah ra, bersabda Rasulullah SAW : “Allah ‘azza wa jalla menyukai jika salah seorang di antara kalian melakukan suatu amal secara itqan” (Imam At-Tabrânî, dalam al-Mu‘jam al-Awsat, No. 897, dan Imam Baihaqi dalam Sya’bu al-Îmân, No. 5312).

Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan konsumen merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat, sebagaimana yang dinyatakan dalam hadis Rasulullah SAW diriwayatkan oleh Bukhari, yaitu :

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سِنَانٍ حَدَّثَنَا فُلَيْحُ بْنُ سُلَيْمَانَ حَدَّثَنَا هِلَالُ بْنُ عَلِيٍّ عَنْ عَطَاءِ بْنِ يَسَارٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا ضَيَّعْتَ الْأَمَانَةَ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ قَالَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya : *"Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Sinan telah menceritakan kepada kami Fulaih bin Sulaiman telah menceritakan kepada kami Hilal bin Ali dari 'Atho' bin yasar dari Abu Hurairah radhilayyahu'anhu mengatakan; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Jika amanat telah disia-siakan, tunggu saja kehancuran terjadi." Ada seorang sahabat bertanya; 'bagaimana maksud amanat disia-siakan?' ' Nabi menjawab; "Jika urusan diserahkan bukan kepada ahlinya, maka tunggulah kehancuran itu." (HR. Bukhari, No. 6015)⁴⁶*

Hadis tersebut di atas menjelaskan bahwa segala sesuatu haruslah diberikan kepada ahlinya, yaitu orang yang tanggap dan memiliki keahlian dalam mengerjakan pekerjaannya.

C. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.⁴⁷

Menurut Zeithaml dan Bitner yang dikutip oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, kepuasan konsumen merupakan konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan.⁴⁸

Menurut Farida Jasfar, yang dimaksud dengan kepuasan konsumen terhadap suatu jasa adalah pebandingan antara persepsinya

⁴⁶ Ibnu Hajar Al Asqalani, *Fathul Baari, Penjelasan kitab Shahih Al Bukhari*, Penerjemah Ammir Hamzah, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2009), Jilid 31, hal. 348

⁴⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Op.Cit.*, hal. 180

⁴⁸ *Ibid.*, hal. 180-181

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap jasa yang diterima dengan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Apabila harapannya terlampaui, berarti jasa tersebut telah memberikan suatu kualitas yang luar biasa dan juga akan menimbulkan kepuasan yang sangat tinggi (*very satisfy*). Sebaliknya, apabila harapannya itu tidak tercapai, maka diartikan kualitas jasa tersebut tidak memenuhi apa yang diinginkannya atau perusahaan tersebut gagal melayani konsumennya. Apabila harapannya sama dengan apa yang dia peroleh, berarti konsumen itu puas (*satisfy*).⁴⁹

Menurut Kotler yang dikutip oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.⁵⁰ Jika produk tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lain.

Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan

⁴⁹ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005),

h. 49-50

⁵⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Op.Cit.*, hal. 181

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.⁵¹ Setelah mengkonsumsi produk konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa konsumen tidak akan membeli produk yang sama lagi di kemudian hari. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan konsumen.

2. Pendekatan Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip oleh Lupiyoadi dan Hamdani, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas jasa dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut :⁵²

- a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
- b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
- c. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.
- d. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing*, sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (*accountable*).

⁵¹ *Ibid.*,

⁵² Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 192

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perusahaan menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya (*proactive*). Sedangkan *partnership marketing* adalah pendekatan dimana perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan di pasar.

3. Teori Kepuasan Konsumen

Berikut adalah teori-teori yang membahas kepuasan konsumen.⁵³

a. Teori perasaan afektif eksperimental

Menurut Jones yang dikutip oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, teori ini beranggapan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan konsumen dengan produk yang sudah dibeli dan dikonsumsi.

b. Teori kepuasan

Teori kepuasan mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya.

c. Teori keadilan

Teori keadilan berpendapat bahwa masyarakat akan menganalisis rasio hasil (*outcomes*) dan masukan (*input*) mereka

⁵³ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Op.Cit.*, hal. 183-187

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap hasil dan masukan rekan mereka dalam suatu pertukaran, dan bila melihat bahwa rasionya lebih tinggi, mereka akan mengalami perasaan tidak adil.

d. Teori atribusi, kegagalan produk dan kepuasan konsumen

Teori atribusi merupakan cara untuk mengidentifikasi penyebab suatu tindakan. Atribusi yang dibuat konsumen dapat sangat memengaruhi kepuasan pascapembelian mereka terhadap suatu produk atau jasa. Bila produk gagal (yaitu, kinerja berada dibawah harapan), konsumen akan berupaya menentukan penyebab kegagalan itu. Bila melambangkan kegagalan pada produk atau jasa itu sendiri, mereka mungkin akan merasa tidak puas, tetapi jika melambangkan kegagalan pada faktor kebetulan atau tindakan mereka sendiri, mereka tidak mungkin merasa tidak puas.

e. Kinerja produk aktual

Kinerja produk aktual memengaruhi kepuasan konsumen secara independen dari harapan, kelayakan, dan atribusi. Jadi, meskipun konsumen sepenuhnya mengharapkan agar suatu produk itu berhasil, mereka masih merasa tidak puas bila produk itu berhasil.

f. Afeksi dan CS/D (*customer satisfaction / dissatisfaction*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Studi ini menemukan bahwa pengukuran CS/D dipengaruhi secara langsung oleh perasaan afektif konsumen. Para peneliti menemukan bahwa ada hubungan di mana suatu pembelian dapat menimbulkan reaksi afektif, yang pada gilirannya akan menimbulkan CS/D.

4. Dimensi Kepuasan Konsumen

Hawkins dan Lonney yang dikutip dalam Tjiptono, atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :⁵⁴

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

- 1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan .
- 3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

b. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

⁵⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2004), Edisi Kedua, hal. 101

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - 2) Beminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Ketersediaan merekomendasikan

Merupakan ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

- 1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- 3) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi produk.

5. Dampak dari Kepuasan Konsumen

Konsumen yang puas terhadap pelayanan produk akan memberikan dampak yang positif bagi efek penjualan secara langsung, karena konsumen tersebut secara sukarela akan menjadi alat promosi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang sangat ampuh dan memberikan rekomendasi kepada konsumen lain untuk membeli produk pada suatu perusahaan.

Jika ada satu saja konsumen yang merasa tidak puas terhadap suatu produk tertentu, konsumen ini akan menyebarkan ketidakpuasannya kepada orang-orang terdekatnya sebanyak 30 calon konsumen. Sementara itu, jika seorang konsumen merasa puas atas suatu produk tertentu, ia hanya akan menyampaikan kepuasannya ke orang lain dengan jumlah yang lebih sedikit.⁵⁵

Kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan perusahaan tersebut. Atau dengan kata lain, apabila konsumen puas terhadap pembelian jasa pada suatu perusahaan, maka konsumen tersebut akan:⁵⁶

- a. Loyal kepada perusahaan, artinya kecil kemungkinan konsumen untuk pindah ke perusahaan lain dan akan setia menjadi konsumen perusahaan yang bersangkutan.
- b. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa suatu perusahaan akan menyebabkan konsumen membeli kembali jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- c. Membeli produk lain dalam perusahaan yang sama, dalam hal ini konsumen akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan

⁵⁵ Titik Wijayanti, *Marketing Plan Dalam Bisnis*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012), hal. 63

⁵⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), Cet. Ke-9, hal. 238

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga pembelian konsumen makin beragam dalam suatu perusahaan.

- d. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut, hal inilah yang menjadi keinginan setiap perusahaan karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan suatu perusahaan ke konsumen lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan.

6. Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*preceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan sampai mencapai batas maksimum rasa puas itu. Sedangkan dalam Islam kepuasan konsumen adalah memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum yang berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, masalah, manfaat, beka, keyakinan, dan kehalalan.⁵⁷

Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan semata-mata memenuhi kepuasan terhadap barang (utilitas), namun yang lebih utama adalah sarana untuk mencapai kepuasan sejati yang utuh dan komprehensif, yaitu kepuasan dunia dan akhirat. Kepuasan tidak saja dikaitkan dengan kebendaan, tetapi juga dengan *ruhiyah*. *Ruhiyah* atau spiritual dan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam harus ditinggalkan. Oleh karena itu, konsumen rasional dalam ekonomi Islam adalah konsumen yang dapat memadu

⁵⁷ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008), hal. 28

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perilakunya agar dapat mencapai kepuasan maksimum sesuai dengan norma-norma Islam yang dapat pula diistilahkan dengan masalahah. Jadi tujuan konsumen muslim bukanlah memaksimumkan utilitas, tetapi memaksimumkan masalahah.⁵⁸

D. Hubungan *Responsiveness* (daya tanggap) dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Pasuraman yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi dan Hamdani menyatakan, daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada para konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas.⁵⁹ Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan diukur dari ketanggapan, kemauan, kesiapan, dan kecepatan petugas dalam memberikan pelayanan. Hal ini juga menyangkut ketepatan dari pelayanan. Ketanggapan petugas atau karyawan dibuktikan dengan waktu pelayanan yang efektif dan kepuasan konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya.

Hubungan daya tanggap dengan kepuasan konsumen adalah semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Jika persepsi konsumen terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

⁵⁸ Mohamad Hidayat, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010), Cet. 1, hal. 229

⁵⁹ Lupiyoadi Rambat dan Hamdani, *Op.Cit.*, hal.148



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian beserta pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 12,721 + 0,487X$ artinya bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen, Hal ini juga diuji dengan menggunakan uji t dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} (12,061) > t_{tabel} (1,984)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk Uji Koefisien Determinasi (R^2) hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,597. Nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (*responsiveness*) terhadap naik turunnya variabel dependen (kepuasan konsumen) adalah sebesar 59,7% dan sisanya 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang diajukan dalam penelitian ini. Pada koefisien korelasi diketahui nilai R sebesar 0,773. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel independen (*responsiveness*) dengan variabel dependen (kepuasan konsumen) memiliki hubungan yang tinggi atau kuat.
2. Ditinjau menurut Ekonomi Islam, berdasarkan observasi penulis pelayanan *responsiveness* Warung Pempek Sikok Nak Duo telah sesuai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan syariat islam, melayani dengan profesional, bersungguh-sungguh, melayani dengan ramah serta menjalin hubungan yang baik kepada pelanggannya. Dari praktek yang dijalankan oleh Warung Pempek Sikok Nak Duo maka tidak ada ditemui indikasi yang bertentangan dengan syariat islam.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, penulis merekomendasikan berupa saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru diharapkan lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang tanggap kepada konsumen dan tetap memberikan pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam. Sebab dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang tanggap akan meningkatkan jumlah konsumen dan dengan memberikan pelayanan yang tanggap merupakan salah satu bentuk ibadah kepada Allah.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan subjek penelitian dapat diperluas dengan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga hasilnya lebih bervariasi.



DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Hamidi, Pemilik Warung Pempek Sikok Nak Duo, *Wawancara*, Pekanbaru 30 Desember 2019.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Bandung. PT. Sygma Examedia Arkanleema. 2009.

Direktorat Perlindungan Konsumen Republik Indonesia, UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Dwi Priyanto. *5 Jam Belajar Olah Data dan SPSS17*, Yogyakarta. ANDI. 2009.

Endang Soetari. *Ilmu Hadits Diriwayah dan Diriyah*, Bandung. Mimbar Pustaka. 2000.

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta. ANDI. 2013.

Fandy Tjiptono. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. CV Andi Offset. 2008.

_____. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta. ANDI. 2014.

_____. *Strategi Bisnis, Ed. 2*, Yogyakarta. CV Andi Offset. 2005.

_____. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta. ANDI. 2004.

Fandy Tjiptono dan Gregorious Chandra. *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta. ANDI. 2012.

Farida Jasfar. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Jakarta. Ghalia Indonesia. 2005.

Fitriyati. Konsumen. *Wawancara*. Pekanbaru. 21 Oktober 2019

[Http://ardinursodik.blogspot.com/2010/04/hubungan-responsiveness-daya-tanggap.html](http://ardinursodik.blogspot.com/2010/04/hubungan-responsiveness-daya-tanggap.html). Di akses pada 1 November 2019.

Ibnu Hajar Al Asqalani, *Fathul Baari, Penjelasan kitab Shahih Al Bukhari*, Penerjemah Ammir Hamzah. Jakarta. Pustaka Azzam. 2009.

Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta. Bumi Aksara. 2010.

_____. *Pokok-pokok Materi Statistik*, Jakarta. Bumi Aksara. 2005.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- _____. *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, Jakarta. PT. Bumi Aksara. 2002.
- Jonathan Sarwono. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*, Yogyakarta. CV Andi Offset. 2006.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. 2010.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta. Salemba Empat. 2001.
- _____. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta. Salemba Empat. 2006.
- M. Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta. Kencana. 2008.
- M. Toha Anggoro, dkk. *Metode Penelitian*, Jakarta. Universitas Terbuka. 2008.
- Moh. Pabundu Tika. *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta. Bumi Aksara. 2006.
- Mohamad Hidayat. *Pengantar Ekonomi Islam*, Jakarta. Zikrul Hakim. 2010.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta. Rajawali Pres. 2008.
- Nur Diana. *Hadis-Hadis Ekonomi*, Malang. UIN Malang Press. 2008.
- Nur Sakinah, *Pengaruh Product Desain Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kaos Dakwah Hemdag Jalan Buluh Cina Panam Menurut Ekonomi Syariah*, Skripsi Ekonomi Syariah UIN SUSKA RIAU, 2019.
- Philip Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-12*, Jakarta. Indeks. 2007.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia. *Ekonomi Islam*, Jakarta. PT. Raja Grafindo. 2008.
- Riduwan. *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung. Alfabeta. 2013.
- Silvia, Kasir Warung Pempek Sikok Nak Duo, Wawancara, Pekanbaru 30 Desember 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung. Alfabeta. 2013.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan, Teori & Aplikasi Dengan SPSS*, Yogyakarta. Andi. 2011.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Jakarta. Rineka Cipata. 2001. .

Titik Wijayanti. *Marketing Plan Dalam Bisnis*, Jakarta. PT. Elex Media Komputindo. 2012.





KUESIONER PENELITIAN PENGARUH *RESPONSIVENESS* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG PEMPEK SIKOK NAK DUO PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

A. Pengantar

Penelitian ini dilakukan oleh Norman Sri Puja Kusuma dalam rangka penulisan skripsi untuk meraih gelar Strata 1 (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negei Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui data tentang Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. Responden diharapkan berkenan memberikan data dengan jujur dan sebenarnya demi keberhasilan penelitian ini. Peneliti bersedia untuk menjamin kerahasiaan data jika tidak layak untuk dipublikasikan karena data adalah untuk kepentingan ilmiah, oleh karena itu responden tidak perlu menuliskan nama. Atas bantuan dan kerja samanya peneliti ucapkan terimakasih.

B. Identitas Responden

Mohon berikan tanda silang (x) pada jawaban yang anda pilih.

Jenis Kelamin :

- () Pria
() Wanita

Pendidikan Terakhir :

- () SD
() SMP
() SMA
() Akademi (D1/D2/D3)
() Sarjana (S1/S2/S3)

Umur Anda saat ini :

- () 20-30 tahun
() 31-40 tahun
() 41-50 tahun
() > 51 tahun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.

2.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



C. Responsiveness / Daya Tanggap

Petunjuk :

Berilah tanda silang (x) pada kolom berikut sesuai dengan kenyataan yang diterima dari pelayanan yang diberikan.

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
N = Netral
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Indikator : Melakukan Pelayanan Dengan Cepat					
1	Karyawan selalu cepat dalam merespon keinginan pelanggan.					
2	Karyawan selalu tanggap dalam merespon keinginan pelanggan.					
3	Saya tidak terlalu lama menerima menu yang saya pesan.					
	Indikator : Melakukan Pelayanan Dengan Tepat					
4	Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru memiliki ketepatan waktu dalam menyiapkan hidangan.					
5	Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru memiliki sistem pembayaran yang cepat dan tidak berbelit-belit.					
6	Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru telah membuat prosedur pelayanan yang membuat nyaman bagi pelanggan.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

	Indikator : Penyampaian Informasi Yang Jelas					
7	Karyawan memberikan informasi kepada pelanggan dengan jelas.					
8	Karyawan memberikan penjelasan kepada pelanggan dengan jelas.					
9	Karyawan bersedia menjawab pertanyaan dari pelanggan.					
	Indikator : Penanganan Keluhan Pelanggan					
10	Karyawan selalu tanggap dalam menangani keluhan pelanggan.					
11	Karyawan selalu siap dan tanggap untuk dimintai bantuan.					
12	Ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan memiliki waktu luang untuk membantu anda.					

D. Kepuasan Konsumen

Petunjuk :

Berilah tanda silang (x) pada kolom berikut sesuai dengan kenyataan yang diterima dari pelayanan yang diberikan.

SS	= Sangat Setuju
S	= Setuju
N	= Netral
TS	= Tidak Setuju
STS	= Sangat Tidak Setuju

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau	Indikator : Kesesuaian Harapan					
13	Pelayanan yang diberikan Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru sesuai dengan apa yang saya harapkan.					
14	Hidangan yang diberikan Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru sesuai dengan apa yang saya harapkan.					
15	Fasilitas penunjang yang diberikan Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru sesuai dengan apa yang saya harapkan.					
	Indikator : Minat Berkunjung Kembali					
16	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.					
17	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.					
18	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.					
	Indikator : Kesiediaan Merekomendasikan					
19	Saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru karena pelayanan yang memuaskan.					
20	Saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi produk.					
21	Saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	43.08	21.408	.717	.876
item_2	43.13	21.104	.732	.875
item_3	43.49	21.687	.514	.892
item_4	43.44	21.703	.566	.887
item_5	42.82	23.341	.635	.882
item_6	43.08	22.297	.675	.879
item_7	43.08	23.509	.575	.885
item_8	43.14	22.849	.583	.884
item_9	42.82	24.856	.307	.896
item_10	43.11	22.362	.727	.877
item_11	42.97	23.019	.613	.883
item_12	43.06	22.784	.699	.879

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	31.67	7.759	.716	.777
item_2	31.38	8.662	.600	.795
item_3	31.82	9.200	.273	.833
item_4	31.52	8.192	.616	.791
item_5	31.54	8.918	.548	.802
item_6	31.90	8.495	.416	.818
item_7	31.73	8.401	.642	.790
item_8	31.54	8.918	.548	.802
item_9	31.86	8.243	.472	.811



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Statistics

	Responsiveness	Kepuasan Konsumen
N Valid	100	100
Missing	0	0
Mean	47.02	47.18
Median	48.00	48.00
Mode	48	48
Std. Deviation	5.158	4.789
Variance	26.606	22.937
Range	24	18
Minimum	36	38
Maximum	60	56
Sum	4702	4718

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Model 1 (Constant)	12.721	1.910		6.661	.000
Responsiveness	.487	.040	.773	12.061	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.773 ^a	.597	.593	2.072	1.779

a. Predictors: (Constant), Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel *Responsiveness*

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Jumlah
1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	50
2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	41
3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	51
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	56
6	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	52
7	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	54
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
10	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
11	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
12	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
13	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
15	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
16	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	43
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
21	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
22	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	50
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
25	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
26	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	53
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
28	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	45
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
30	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	43
31	4	4	2	2	4	4	4	4	5	5	5	5	48
32	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	49
33	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	43
34	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	43
35	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	4	47
36	5	4	3	4	5	4	4	3	5	4	3	4	48
37	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

38	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	44
39	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	41
40	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	43
41	3	4	2	3	4	4	4	2	5	4	4	4	43
42	3	2	3	3	4	4	3	3	5	3	3	4	40
43	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	3	41
44	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	44
45	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	42
46	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	41
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
48	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	53
49	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	56
50	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	52
51	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
52	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	50
53	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	3	41
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
55	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
56	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	50
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
58	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	53
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
60	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	43
61	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	54
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
64	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	49
65	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	41
66	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	43
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
68	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	53
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
70	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
71	3	2	3	3	4	4	3	3	5	3	3	4	40
72	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
74	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	3	41
75	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	44
76	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

77	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
78	3	4	2	3	4	4	4	2	5	4	4	4	43
79	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	45
80	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	3	41
81	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	44
82	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	41
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
84	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	43
85	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	42
86	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	51
87	3	2	3	3	4	4	3	3	5	3	3	4	40
88	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
89	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	43
90	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	41
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
92	5	4	3	4	5	4	4	3	5	4	3	4	48
93	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	41
94	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	42
95	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	4	47
96	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	44
97	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
98	4	4	2	2	4	4	4	4	5	5	5	5	48
99	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	43
100	3	4	2	3	4	4	4	2	5	4	4	4	43

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Jumlah
1	5	5	4	5	5	5	4	4	4	41
2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
3	4	4	4	5	4	2	4	4	4	35
4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	39
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
6	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
7	5	5	3	5	4	5	4	5	4	40
8	5	5	5	5	5	4	4	4	3	40
9	5	5	3	5	5	3	5	5	3	39
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
11	4	4	5	5	5	4	4	4	4	39
12	4	5	4	5	4	3	5	5	5	40
13	4	5	4	5	4	3	5	5	5	40
14	3	3	4	4	4	3	3	3	3	30
15	5	4	3	4	4	4	4	4	4	36
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21	5	5	5	4	5	5	4	5	4	42
22	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
23	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
24	4	4	3	5	4	3	5	5	5	38
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
27	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
31	5	5	4	5	5	4	4	4	4	40
32	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
33	3	4	3	4	4	3	4	4	4	33
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
35	4	5	4	5	4	3	5	5	5	40
36	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36
37	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

[illegible]

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

77	4	5	4	5	5	4	4	4	4	39
78	4	4	3	3	4	4	3	4	4	33
79	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
80	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
82	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
85	3	4	4	3	4	3	3	4	3	31
86	4	4	4	5	4	2	4	4	4	35
87	3	4	4	4	4	3	4	4	2	32
88	5	4	3	4	4	4	4	4	4	36
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
90	3	4	4	4	4	3	4	4	2	32
91	3	3	4	4	4	3	3	3	3	30
92	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36
93	3	4	3	4	3	3	3	3	3	29
94	3	4	4	3	4	3	3	4	3	31
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
96	4	4	3	4	4	3	3	4	3	32
97	5	5	5	4	5	5	4	5	4	42
98	5	5	4	5	5	4	4	4	4	40
99	3	4	3	4	3	4	4	4	4	33
100	4	4	3	3	4	4	3	4	4	33



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

: **Norman Sri Puja Kusuma**

: **11625100559**

: **EKONOMI SYARIAH**

: **PENGARUH RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG PEMPEK SIKOK NAK DUO PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**

Pembimbing : **Nur Hasanah, SE, MM**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 04 Mei 2020

An. Pimpinan Redaksi



M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL

NIP. 198804302019031010

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Nama

NIM

Program

Judul

Pembimbing

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Silvia

Jabatan : Kasir Warung Pempek Sikok Nak Duo

Yang ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Norman Sri Puja Kusuma

NIM : 11625100559

Fakultas : Syariah dan Hukum

Program Studi : Ekonomi Syariah

Instansi : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Telah selesai melakukan penelitian pada Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "PENGARUH RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG PEMPEK SIKOK NAK DUO PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 01 Januari 2020

Mengetahui

Silvia



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كآبة الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrandt No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampar - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

1. NAMA	: Norman sri puja kusuma
2. NOMOR MAHASISWA	: 11625100559
3. JUDUL USUL PENELITIAN	: Pengaruh responsiveness terhadap kepuasan konsumen pada warung pempek sikok nak duo pekanbaru ditinjau menurut ekonomi syariah
4. Hari/Tgl. Diseminarkan	: Rabu / 27 November 2019
5. Hasil Seminar dirumuskan adalah :	
a. Judul	: Disetujui / Ditolak / Disempurnakan
b. Latar Belakang Masalah	: Jelas/Masih Kabur/Perlu Perbaikan
c. Permasalahan	: Jelas / Masih Kabur / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas
d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	: Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan
e. Kerangka Teoritis (jika ada)	: Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan
f. Rumusan Hipotesis (jika ada)	: Cukup Tajam / Perlu Dipertajam
g. Metode Penelitian	: Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan
h. Daftar Pustaka	: Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Budi Azwar, SE, M. Ec

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

No. 04/F.I/PP.00.9/9565/2019
Biasa
(Satu) Proposal
Mohon Izin Riset

Pekanbaru, 05 Desember 2019

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : NORMAN SRI PUJA KUSUMA
NIM : 11625100559
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VII (Tujuh)
Lokasi : Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
: Pengaruh responsiveness terhadap kepuasan konsumen pada warung pempek sikok nak duo
Pekanbaru ditinjau menurut ekonomi syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

UIN SUSKA RIAU



Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web: www.fasih.uin-suska.ac.id Email: fasih@uin-suska.ac.id

n.04/F.1/PP.01.1/9566/2019

Pekanbaru, 05 Desember 2019

menting

Membimbing Skripsi

Kepada

th. Nur Hasanah, S.E, MM
osen Fakultas Syari'ah dan Hukum
IN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bersama ini kami minta kesediaan Saudara untuk membimbing mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam menyusun Skripsi :

Nama : NORMAN SRI PUJA KUSUMA

NIM : 11625100559

Jurusan : Ekonomi Syariah SI

Kepada Saudara diharapkan membimbing metodologi dan materi skripsi. Sebagai ahannya kami kirimkan proposal penelitian dimaksud dengan judul : "Pengaruh responsiveness terhadap kepuasan konsumen pada warung pempek sikok nak duo pekanbaru ditinjau menurut onomi syariah"

Demikian disampaikan, terima kasih.

UIN SUSKA RIAU



Dr. Drs. Heri Sunandar, Mcl
NIP. 19660803 199303 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tembusan:

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Patam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Proposal dengan judul Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Lempek Sikok Nak Duo Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah, ditulis oleh saudara :

Nama : Norman Sri Puja Kusuma
NIM : 11625100559
Program Studi : Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada
Hari / Tanggal : Rabu, 27 November 2019
Narasumber : Budi Azwar, SE., M.Ec

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Bagian Tata Usaha
Fakultas Syariah dan Hukum

Erni, S.Sos., MM
NIP. 19640226 199103 2 002

Pekanbaru, 02 Desember 2019
Narasumber

Budi Azwar, SE., M.Ec
NIP. 19800104 200801 1 005



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul *PENGARUH RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG PEMPEK SIKOK NAK DUO PEKANBARU* DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH, yang ditulis oleh:

Nama : **NORMAN SRI PUJA KUSUMA**
NIM : **11625100559**
Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah diperbaiki sesuai permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 31 Maret 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Drs. Heri Sunandar, M.CL

Sekretaris
Syamsurizal, SE. M.Sc, Ak, CA

Penguji I
Dr. Zulkifli, M.Ag

Penguji II
Dr. H. Mawardi, S.Ag., M.Si

Mengetahui :

Kepala Sub. Bagian Akademik
Dan Alumni Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag

NIP. 19750801 200701 1 023



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/28905
TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : 04F.I/PP.0.9/9565/2019 Tanggal 5 Desember 2019, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | | |
|----------------------|---|--|
| 1. Nama | : | NORMAN SRI PUJA KUSUMA |
| 2. NIM / KTP | : | 11625100559 |
| 3. Program Studi | : | EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | KAMPAR |
| 6. Judul Penelitian | : | PENGARUH RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG PEMPEK SIKOK NAK DUO PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : | WARUNG PEMPEK SIKOK NAK DUO PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 17 Desember 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pemilik Warung Pempek Sikok Nak Duo Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT PENULIS



Norman Sri Puja Kusuma, lahir di Pekanbaru pada tanggal 07 September 1998, anak dari pasangan Ayahanda Shodik Hasan Bisri dan Ibunda Sri Yarlina. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara.

Penulis mengawali pendidikan Sekolah Dasar Negeri 017 Pandau Jaya dan lulus pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 04 Siak Hulu pada tahun 2010 dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke MAN 2 Model Pekanbaru dan kemudian lulus ujian pada tahun 2016.

Pada tahun 2016 melalui jalur SPAN – PTKIN diterima menjadi mahasiswa pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bulan Juli sampai Agustus 2018 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru. Pada bulan Juli sampai Agustus 2019 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sialang Sakti, Kecamatan Dayun Kabupaten Siak Riau.

Akhirnya tepat pada hari Kamis tanggal 19 Maret 2020 di Munaqasyahkan dalam sidang Panitia Ujian Sarjana (S1) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan LULUS dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE) dengan predikat Memuaskan.

MOTTO

“Tidak perlu menunggu menjadi sempurna untuk memberikan inspirasi bagi orang lain”